

Haru TP

さくらインターネットのための新しいタイプフェイス

日本デザインセンター オンスクリーンデザイン研究所は、さくらインターネット株式会社のリブランディングプロジェクトの一環としてタイププロジェクトと共同でコーポレートフォント「Haru TP」を開発しました。

さくらインターネット創業20周年
Re-Brandingプロジェクト
A new Typeface for Sakura Internet
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T

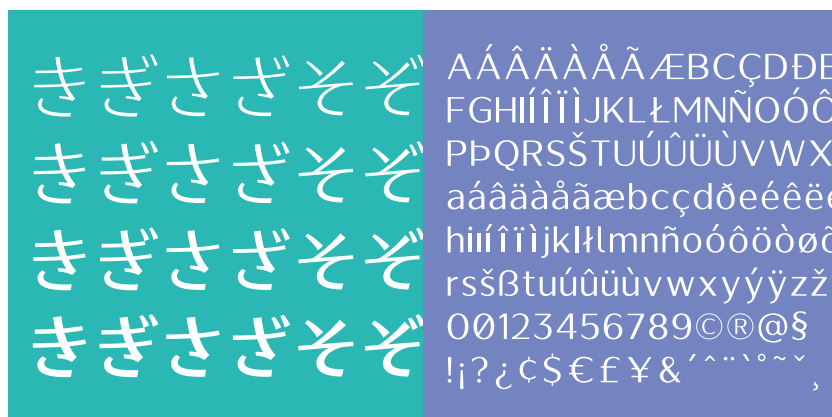
創業20周年を記念して

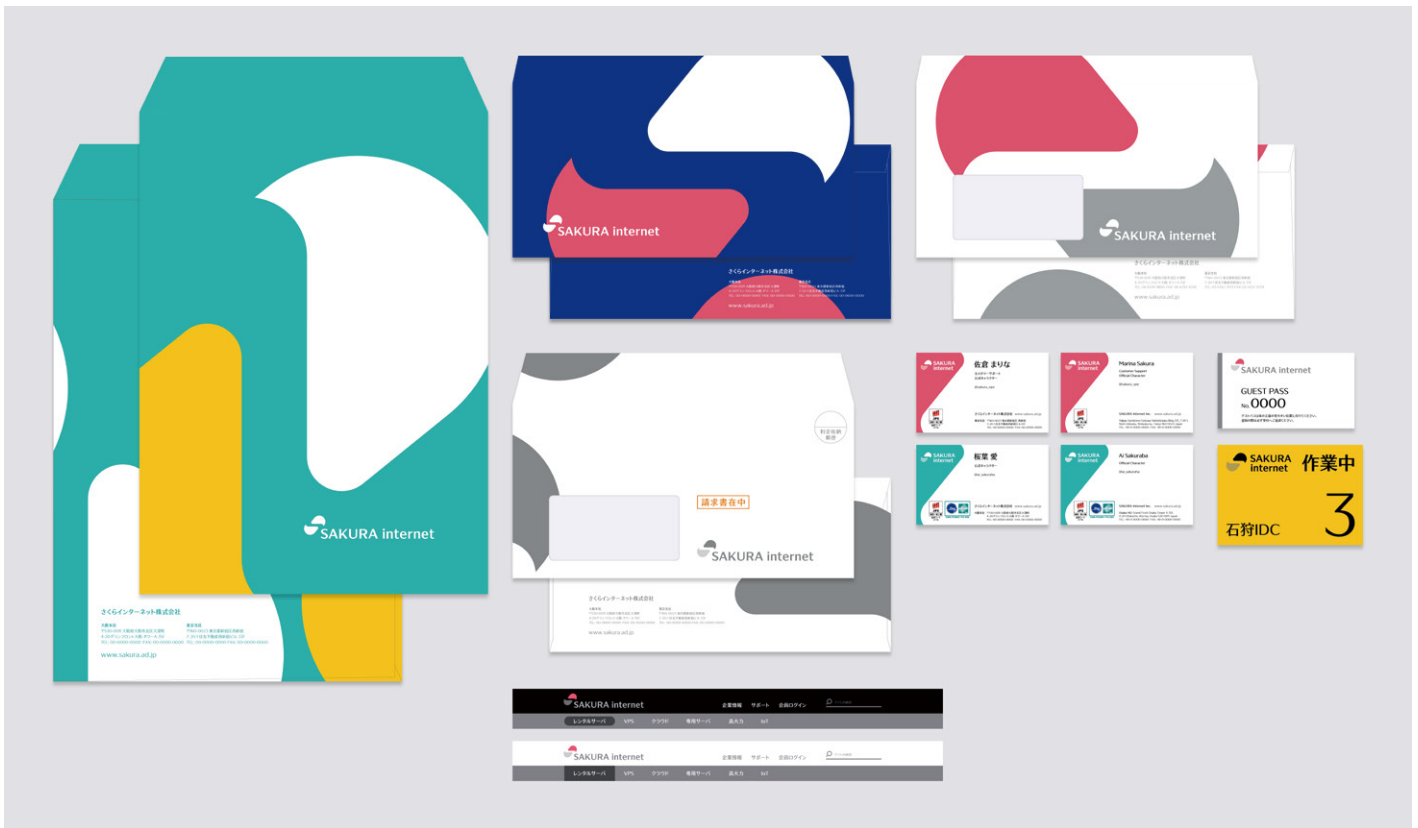
1997年、日本のインターネット黎明期にさくらインターネット株式会社はその産声をあげました。それから20年、日本有数のインターネットサービス事業者として成長したさくらインターネットは、日本デザインセンターと共同でリブランディングのプロジェクトに着手します。オリジナル書体を開発するプロジェクトは当初から提案に盛り込まれ、完成したロゴタイプにもHaru TPが使用されています。



独自のかなと欧文

Haru TPはAXIS FontやTPスカイなどのフォントで著名なタイププロジェクトと共同で開発をスタート。TPスカイをベースに社名の「さ」を中心とした、かなの一部と欧文を新規で開発しています。ウェブ領域を中心とした企業活動に一貫したルックを持たせるために、Haru TPはL、R、M、Bの4ウェイトが用意され、印刷物・サインシステムなどを含めた、あらゆる領域で使用されはじめています。





読み間違いをふせぐ少しの機能

さくらインターネットは独自のデータセンターを複数運用しています。将来的にそうした物理的な現場で使用されることを考慮し、サンセリフ体において読み間違いが起きやすい「ゼロ」と「小文字のl」において異体字(オルタネート)を実装しています。これは印刷物などで文字を組む際に、デザイナーが任意に選択可能です。



リブランディングに際しては初期の段階から、Webや印刷物を独自のフォントをもちて、社員のみなさん自身が運用することを構想していました。日本のウェブの黎明期から活動されていたさくらインターネット様にふさわしい、自律的なブランディングの方法論に感じたからです。そうした願いを込めて、桜が咲く季節である“Haru”という名前を提案しました。Haru TPの欧文はサンセリフ書体を基本としながら、緩急のついた日本的なシルエットを目指しています。この書体開発を、タイププロジェクト様を含めた3社の共同で進められたことを、とても光栄に思います。

日本デザインセンター 有馬トモユキ